

新春トップインタビュー

日清オイリオグループ 久野貴久社長



今年、「日清サラダ油」が誕生してから100年目の記念すべき年を迎える日清オイリオグループ。中期経営計画「Value Up+」の最終年度にも当たり、生きるエネルギーをすべての人に届ける企業グループになることを目指す日清オイリオグループの久野貴久社長に、これまでとこれからを聞いた。

(聞き手 川田岳郎)

2023年を振り返って

日本国内では、5月以降、新型コロナウイルス感染症が「5類感染症」へと移行したことで、コロナ禍からの脱却が進んだ。外食需要や観光需要などのサービス消費が進んでいることで景気は緩やかに回復している。23年も不確実性が高い環境下ではあったが、このような状況だったからこそ、「日清オイリオグループビジョン2030」と中期経営計画「Value Up+」のメインテーマである価値創造を追求していくことの重要性を一層認識した。

事業環境は

環境や社会情勢の変化により出てきた新たな課題や、潜在的な課題に向き合いながら、ユーザーや生活者の変化に対応すべく、機能性・付加価値性のある商品やソリューションの提案を強化し、新たな価格水準の形成・浸透化に取り組んだ1年となった。

主要原料の大豆、菜種、パーム油の価格は世界的に旺盛な食用需要、バイオ燃料の需要増加に加えて、ロシアによるウクライナ侵攻を背景とした穀物・油脂の供給不安によりピークに達した22年からは一服したものの、高い水準が続いている。オイルバリュウについて、22年は50%台と高い水準が続いていたが、現在は36%で推移している。

「生きるエネルギー」をすべての人に

——サステナビリティに

を上回る結果となった。これまで、汎用油の同質化競争から脱却することを目指し、「日清ヘルシーオフ」や「日清キャノーラ油ハーフユース」「日清こめ油」などの販売強化を通じて「クッキングオイルの構造改革」に取り組み、付加価値の高い商品の構成比の拡大に取り組んできた。「日清ヘルシーオフ」単体での市場規模は89億円、前年比13%となり、家庭用食用油No.1となった。このような厳しい環境下でも市場が成長する礎になったと自負している。

加工用は、原料相場がピークと比べて下落するなか、コストに見合った適正価格での販売に注力したことで、安定的に収益を獲得している。

——加工油脂事業は

国内加工油脂については、物価上昇に伴う消費者の節約志向や、取引先製品のダウンサイジング・油脂使用量減少といった厳しい状況が続くなか、新規ユーザーの獲得および既存顧客での新規商品への採用とコストに見合った適正な価格での販売に取り組んだ。

海外加工油脂では、成長を支えるためにISFにおける生産能力増強の投資を進めており、24年1月からの稼働に向けた準備を進めた。グループの連携を強め、欧州、中国、ASEANなどのターゲット市場での拡販に向けた新規開拓の取り組みを推進している。さらに、環境対策の一環として、ISFの2工場（デンキル・ポートクラン）で、コージェネレーション設備の導入を進めるとともに、グリーン電力の調達も進めCO₂排出量削減に向け取り組みを進めている。

併せて、Scope 3についても2030年度の具体的な削減目標を25%と設定し(20年度比)、カテゴリー1、4から取り組みを開始するべく、サプライチェーンへの働きかけを開始した。

2024年は1924年に「日清サラダ油」が誕生してから100年目の記念すべき年となる。当社は菜種やごまを原料とする食用油が一般的だった100年前に、ドイツの最新機械を導入し、日本で初めて精製度の高い大豆油の製造・販売を開始した。24年はこれまで培ってきた技術を結集し、生活者の潜在ニーズや課題の解決を具現化し、新たな価値を提供する商品を開発・上市していきたい。春には横浜磯子事業場に「(仮)インキュベーションセンター」が誕生する。ここでは技術獲得から実生産へとつなげ、新たな事業や商品サービスの開発育成を支援していく。技術と情報の交流の場としても、さらにはお客さまとともに手を動かしながら、課題解決や価値を共創する場として活用し、次の100年に向けたイノベーションを創発していきたい。

23年夏の酷暑でも体感したように、近年、気候変動リスクはますます深刻化し、脱炭素社会への移行に向けた課題が顕在化している。このような状況のなか、2050年の「カーボンニュートラル(CO₂実質排出ゼロ)」に向け、2030年度のScope 1、2のCO₂排出量削減目標を31%から50%(16年度比)に上方修正した。その実現に向け、将来の水素混焼を見据えた高効率のコージェネレーション設備の導入を決定

した。併せて、Scope 3についても2030年度の具体的な削減目標を25%と設定し(20年度比)、カテゴリー1、4から取り組みを開始するべく、サプライチェーンへの働きかけを開始した。

業務用では適正価格での販売に注力するとともに、顧客課題のソリューションにつながる付加価値型商品の提案を強化し、「日清スーパー長持ち油」「日清吸油が少ない長持ち油」など差別性の高いフライド油や、さまざまな調理シーンで作業性を改善したり、メニューの品質を高める炊飯油や麺そばき油などの機能性油脂の拡販に取り組みだ。しかし、中小外食企業を主な販売先とする卸店向けの出荷が伸び悩み、23年上期の業務用のトータル販売量は前年をわずかに下回る結果とな

った。

2024年は1924年に「日清サラダ油」が誕生してから100年目の記念すべき年となる。当社は菜種やごまを原料とする食用油が一般的だった100年前に、ドイツの最新機械を導入し、日本で初めて精製度の高い大豆油の製造・販売を開始した。24年はこれまで培ってきた技術を結集し、生活者の潜在ニーズや課題の解決を具現化し、新たな価値を提供する商品を開発・上市していきたい。春には横浜磯子事業場に「(仮)インキュベーションセンター」が誕生する。ここでは技術獲得から実生産へとつなげ、新たな事業や商品サービスの開発育成を支援していく。技術と情報の交流の場としても、さらにはお客さまとともに手を動かしながら、課題解決や価値を共創する場として活用し、次の100年に向けたイノベーションを創発していきたい。

油脂事業の状況は

当社の状況は、ホームユーズでは、適正価格販売に注力し、さらに「かけるオイル」や「味つけオイル」による食

加工油脂事業は

国内加工油脂については、物価上昇に伴う消費者の節約志向や、取引先製品のダウンサイジング・油脂使用量減少といった厳しい状況が続くなか、新規ユーザーの獲得および既存顧客での新規商品への採用とコストに見合った適正な価格での販売に取り組んだ。

2024年の抱負は

2024年は1924年に「日清サラダ油」が誕生してから100年目の記念すべき年となる。当社は菜種やごまを原料とする食用油が一般的だった100年前に、ドイツの最新機械を導入し、日本で初めて精製度の高い大豆油の製造・販売を開始した。24年はこれまで培ってきた技術を結集し、生活者の潜在ニーズや課題の解決を具現化し、新たな価値を提供する商品を開発・上市していきたい。春には横浜磯子事業場に「(仮)インキュベーションセンター」が誕生する。ここでは技術獲得から実生産へとつなげ、新たな事業や商品サービスの開発育成を支援していく。技術と情報の交流の場としても、さらにはお客さまとともに手を動かしながら、課題解決や価値を共創する場として活用し、次の100年に向けたイノベーションを創発していきたい。

2024年の抱負は

2024年は1924年に「日清サラダ油」が誕生してから100年目の記念すべき年となる。当社は菜種やごまを原料とする食用油が一般的だった100年前に、ドイツの最新機械を導入し、日本で初めて精製度の高い大豆油の製造・販売を開始した。24年はこれまで培ってきた技術を結集し、生活者の潜在ニーズや課題の解決を具現化し、新たな価値を提供する商品を開発・上市していきたい。春には横浜磯子事業場に「(仮)インキュベーションセンター」が誕生する。ここでは技術獲得から実生産へとつなげ、新たな事業や商品サービスの開発育成を支援していく。技術と情報の交流の場としても、さらにはお客さまとともに手を動かしながら、課題解決や価値を共創する場として活用し、次の100年に向けたイノベーションを創発していきたい。